

KESKAP

JURNAL ILMU-ILMU SOSIAL

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

**PANDANGAN MASYARAKAT MUSLIM KOTA MEDAN TERHADAP
KOMSUMSI PRODUK HALAL**
Sukiati

**SOSIALISASI PROGRAM KUR (KREDIT USAHA RAKYAT) PADA
PEDAGANG KHAKI LIMA DI KOTA MEDAN**
Irwan Syari Tanjung

**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP KINERJA LEMBAGA
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA (LMPD) DALAM
PENANGGULANGAN KEMISKINAN DI DESA HAMPARAN PERAK**
Siti Hajar

ANTISIPASI NARKOBA BAGI PELAJAR DI SUMATERA UTARA
Dedi Amrizal

**PENGARUH PENILAIAN PRESTASI KERJA DAN PEMNGEMBANGAN
KARIR TERHADAP KINERJA PEGAWAI DI UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**
Tukimin dan Hadriman Khair

**ANALISIS RENDAHNYA KETERWAKILAN PEREMPUAN DI
PARLEMEN (Studi Keterwakilan Perempuan di DPRD Kota Medan)**
Nalil Khairiah

ISSN 1693 -7627

KESKAP

JURNAL ILMU-ILMU SOSIAL

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

**PANDANGAN MASYARAKAT MUSLIM KOTA MEDAN TERHADAP KONSUMSI
PRODUK HALAL**
Sukiati

**SOSIALISASI PROGRAM KUR (KREDIT USAHA RAKYAT) PADA
PEDAGANG KAKI LIMA DI KOTA MEDAN**
Irwan Syari Tanjung

**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP KINERJA LEMBAGA PEMBERDAYAAN
MASYARAKAT DESA (LPMD) DALAM PENANGGULANGAN KEMISKINAN
DI DESA HAMPARAN PERAK**
Siti Hajar

ANTISIPASI NARKOBA BAGI PELAJAR DI SUMATERA UTARA
Dedi Amrizal

**PENGARUH PENILAIAN PRESTASI KERJA DAN PENGEMBANGAN KARIR
TERHADAP KINERJA PEGAWAI DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
SUMATERA UTARA**
Tukimin dan Hadriman Khair

**ANALISIS RENDAHNYA KETERWAKILAN PEREMPUAN DI PARLEMEN
(Studi Keterwakilan Perempuan di DPRD Kota Medan)**
Nalil Khairiah

KESKAP

JURNAL ILMU-ILMU SOSIAL

Diterbitkan oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Berdasarkan SK Dekan FISIP UMSU

No. 242/SK/III.B/UMSU-03/2.a/2003 Tanggal 1 Mei 2003

Pelindung

Drs. Agussani, M. AP.

Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Penanggungjawab

Drs. R. Kusnadi, M. AP

(Dekan FISIP UMSU)

Pemimpin Redaksi

Nalil Khairiah, S. IP., M. Pd

Wakil Pemimpin Redaksi

Siti Hajar, S. Sos., MSP

Alamat Redaksi

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238

Telp. 061 – 6623323

KESKAP diterbitkan untuk disseminasi hasil-hasil pemikiran, pengkajian, penelitian dan pengembangan serta teknologi yang dihasilkan untuk kemajuan ilmu-ilmu sosial dan pengembangan masyarakat.

KESKAP terbit empat kali setahun, diterbitkan pertama kali Juli 2003.

KESKAP

Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial

Volume 10 Nomor 2 – Edisi Zulkaidah 1433 H/Oktober 2012 M

DAFTAR ISI

1 – 21

PANDANGAN MASYARAKAT MUSLIM KOTA MEDAN TERHADAP KONSUMSI
PRODUK HALAL

Sukiati

22 – 28

SOSIALISASI PROGRAM KUR (KREDIT USAHA RAKYAT) PADA PEDAGANG KAKI
LIMA DI KOTA MEDAN

Irwan Syari Tanjung

29 – 41

PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP KINERJA LEMBAGA PEMBERDAYAAN
MASYARAKAT DESA (LPMD) DALAM PENANGGULANGAN KEMISKINAN DI DESA
HAMPARAN PERAK

Siti Hajar

42 – 55

ANTISIPASI NARKOBA BAGI PELAJAR DI SUMATERA UTARA

Dedi Amrizal

56 - 66

PENGARUH PENILAIAN PRESTASI KERJA DAN PENGEMBANGAN KARIR
TERHADAP KINERJA PEGAWAI DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA
UTARA

Tukimin dan Hadrinan Khair

67 - 78

ANALISIS RENDAHNYA KETERWAKILAN PEREMPUAN DI PARLEMEN
(Studi Keterwakilan Perempuan di DPRD Kota Medan)

Nalil Khairiah

PANDANGAN MASYARAKAT MUSLIM KOTA MEDAN TERHADAP KONSUMSI PRODUK HALAL

Sukiati
Dosen IAIN SUMUT

ABSTRAK

Penelitian dengan judul 'Pandangan Masyarakat Muslim Kota Medan terhadap Konsumsi Produk Halal' ini bertujuan untuk mengetahui pandangan masyarakat Kota Medan terhadap produk halal dan perilaku mereka terhadap Produk halal. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dimana data dikumpulkan dengan menggunakan angket atau *questionare*. Analisis data dilakukan secara *descriptive analysis*. Hasilnya disajikan dalam bentuk persentase. Hasil penelitian menemukan bahwa secara keseluruhan masyarakat memberikan pandangan dan pendapatnya bahwa mereka memiliki komitmen yang cukup tinggi terhadap pertimbangan kehalalan dalam berbelanja dan mengkonsumsi produk-produk yang beredar di pasaran baik makanan, minuman, obat-obatan dan kosmetika. Masyarakat menghendaki adanya undang-undang atau suatu peraturan khusus yang lebih tegas yang mengatur produk halal, mengatur tata cara pendaftaran sampai mengatur persoalan sanksi bagi pelaku penipuan produk halal. Sosialisasi produk halal masih perlu dilakukan terus menerus kepada masyarakat sebagai konsumen, kepada pengusaha sebagai produsen kepada pedagang, pemilik swalayan sebagai penjual. Sosialisasi perlu dilakukan di keluarga, di sekolah-sekolah, dan di kalangan masyarakat luas. Untuk keefektifan pencapaian sosialisasi perlu menggunakan media secara lebih luas baik melalui radio, media cetak (brosur, spanduk, buku dan lain-lain), televisi dan internet. Sosialisasi akan membantu masyarakat dan memberikan kemudahan dalam mengakses produk halal.

Kata Kunci: *Pandangan Masyarakat Muslim dan Konsumsi Produk Halal*

PENDAHULUAN

Mengonsumsi produk makanan, minuman, dan lain-lain yang halal adalah bagian dari ajaran yang penting dalam Islam. Allah Swt. secara tegas memerintahkan umat Islam untuk mengonsumsi makanan, minuman dan barang yang halal lagi baik, yang dalam istilah al-Qur'an disebut dengan '*halalan tayyiban*'. Perintah ini ditetapkan Allah dalam banyak ayat al-Qur'an dan diterangkan Nabi Saw. dalam

beberapa hadis. Ayat al-Qur'an yang menyebutkan tentang syari'at ini di antaranya adalah Al-Baqarah: 168, dan 172; Al-Maidah; 88, An-Nahl: 114, dan al-Mu'minuun ayat 51. Hadis yang menyebutkan tentang masalah ini antara lain: Rasulullah bersabda: "*segala yang halal itu sudah jelas dan segala yang harampun sudah jelas. Di antara keduanya adalah syubhat (tidak jelas haram dan halalnya), yang kebanyakan manusia tidak*

mengetahui hukumnya. Maka barangsiapa yang berhati-hati terhadap yang syubhat sungguh dia telah menyelamatkan agama dan kehormatan dirinya.”

Dalam Islam halalnya suatu produk disebabkan dua hal; halal *lizatihi* (secara zatnya/bendanya) dan halal *lighairihi* (proses atau cara memperolehnya). Halal *lizatihi* adalah halal yang keadaan benda tersebut tidak dilarang memakannya, sedangkan halal *lighairi* adalah halal yang keadaan benda tersebut secara proses atau cara mendapatkannya melalui proses yang diatur oleh ajaran Islam.¹

Mengonsumsi makanan dan produk yang baik lagi halal adalah makanan yang secara substansial halal serta hygenis, yang sesuai dengan aturan yang telah diberlakukan. Hal ini berarti bahwa makanan, minuman dan konsumsi-konsumsi selain harus halal sekaligus memiliki kandungan gizi yang tinggi dan hygenis demi kesehatan. Halal berarti bahwa makanan tersebut secara syariah dibenarkan untuk dikonsumsi baik dari segi zatnya maupun bukan zatnya. Baik berarti makanan tersebut dalam kondisi baik dari segi zatnya maupun cara memakannya. Makanan yang halal dan baik, dihalalkan Allah karena mengandung kebaikan bagi manusia sedangkan Allah mengharamkan makanan-makanan yang buruk dan haram karena mengandung unsur yang dapat menimbulkan kerusakan, baik pada akal, akhlak ataupun aspek lainnya.

¹ Lebih lanjut baca Al-Ghazali, Abu Hamid. *Ihya Ulum ad-Din*. Juz 2, Kairo: Dar al-Hadis, 2004, h. 117.

Umat Islam dapat kita katakan memahami secara umum tentang permasalahan keharusan mengonsumsi makanan, minuman atau barang-barang lain yang halal dan secara halal ini. Bahkan, idealnya umat Islam memahami kehalalan suatu produk atau barang yang dikonsumsi sehari-hari. Produk atau barang yang menjadi konsumsi sehari-hari masyarakat tersebut dapat dikategorikan kepada makanan, minuman, obat-obatan ataupun kosmetika. Produk-produk tersebut secara umum merupakan konsumsi bahkan kebutuhan masyarakat.

Dewasa ini, pasar global membuka peluang beredarnya berbagai ragam produk baik makanan, minuman, kosmetika dan obat-obatan dari dalam negeri maupun luar negeri. Kondisi ini memberikan masyarakat pilihan-pilihan yang beragam bagi konsumsi mereka. Khususnya bagi masyarakat muslim yang ajaran agamanya mengatur beberapa batasan/larangan dalam soal konsumsi ini, mau tidak mau pilihan konsumsi mereka harus memperhatikan apa yang dituntun oleh ajaran agamanya. Sekalipun, larangan yang diberikan ajaran agama Islam lebih sedikit dari kebolehan dalam konsumsi, kenyataannya di pasaran, kita sering menemukan bahwa produk-produk khususnya pada empat macam produk yang telah disebutkan di atas; makanan, minuman, kosmetika, dan obat-obatan mengandung unsur-unsur yang dilarang untuk dikonsumsi oleh umat Islam.

Pemahaman yang semakin baik tentang agama seyogyanya semakin membuat konsumen Muslim menjadi semakin selektif dalam

pemilihan produk yang dikonsumsi. Khusus di Indonesia, sebagai masyarakat mayoritas, konsumen Muslim dilindungi oleh lembaga yang secara khusus bertugas untuk mengaudit produk-produk yang dikonsumsi oleh konsumen Muslim di Indonesia. Lembaga ini adalah Lembaga Pengawasan dan Peredaran Obat dan Makanan Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI). Lembaga ini mengawasi produk yang beredar di masyarakat dengan cara memberikan sertifikat halal sehingga produk yang telah memiliki sertifikat halal tersebut dapat memberi label halal pada produknya. Artinya produk tersebut secara proses dan kandungannya telah lulus diperiksa dan terbebas dari unsur-unsur yang dilarang oleh ajaran agama Islam, atau produk tersebut telah menjadi kategori produk halal dan tidak mengandung unsur haram dan dapat dikonsumsi secara aman oleh konsumen Muslim.

Produk-produk yang mendapat pertimbangan utama dalam proses pemilihannya berdasarkan ketentuan syariat yang menjadi tolok ukur untuk konsumen Muslim adalah produk-produk makanan dan minuman. Ketidakinginan masyarakat Muslim untuk mengonsumsi produk-produk haram akan meningkatkan keterlibatan yang lebih tinggi dalam proses pemilihan produk (*high involvement*). Dengan begitu akan ada produk yang dipilih untuk dikonsumsi dan produk yang disisihkan akibat adanya proses pemilihan tersebut. Proses pemilihannya sendiri akan menjadikan kehalalan sebagai parameter utamanya. Masyarakat Muslim yang menjadikan parameter

kehalalan dalam pilihan konsumsinya hanya akan memasukkan ke dalam keranjang belanjanya produk-produk yang ia yakini kehalalannya. Sementara produk-produk yang tidak ia yakini kehalalannya akan ia coret dalam *list* belanjanya dan tidak akan masuk ke dalam keranjang belanjanya. Sebagaimana Khan dalam hal perbedaan pola belanja dengan menggunakan parameter haram dan halal menyatakan bahwa "*the consumption basket of a Muslim consumer is likely to be smaller than that of a secular consumer as it includes only permissible things and excludes prohibited things.*" Keranjang konsumsi seorang Muslim tampaknya lebih kecil dari seorang konsumen yang sekuler karena dalam keranjangnya hanya dimasukkan barang-barang yang halal saja dan tidak memasukkan barang-barang yang dilarang dikonsumsi (haram).

Kota Medan, sebagai salah satu kota besar di Indonesia memiliki masyarakat Muslim yang mayoritas dan memiliki dinamika ekonomi dan pasar yang cukup tinggi memungkinkan banyak pilihan produk. Supermarket dan pasar-pasar adalah salah satu tempat yang menyediakan produk-produk dimaksud, di mana tempat-tempat ini tidak memberikan informasi atau rak-rak khusus bagi produk-produk yang mengandung unsur yang dilarang untuk dikonsumsi masyarakat Muslim. Selain produk-produk yang berlabel halal jumlahnya lebih sedikit ketimbang produk yang tidak mencantumkan label halal. Hal ini berarti, masyarakat Muslim sendiri yang harus benar-benar memperhatikan

pola konsumsi mereka agar sesuai dengan ajaran Islam yang dianutnya.

Menarik untuk dipertanyakan apakah mereka memperhatikan tentang makanan atau benda-benda yang akan mereka konsumsi atau gunakan? Apakah mereka memperhatikan kehalalan produk-produk yang akan mereka beli atau gunakan? Lalu bagaimana kecenderungan mereka dalam mengkonsumsi makanan, minuman atau benda-benda yang mereka beli atau gunakan?

Faktanya sebagian masyarakat Muslim tidak memperdulikan pilihan-pilihan produk yang akan mereka konsumsi. Bahkan sebagian tampaknya suka mencoba semua produk yang baru dan terkenal bagi mereka tanpa mempertimbangkan kehalalannya.

Permasalahan ini menarik dan penting untuk dijadikan sebuah kajian penelitian, mengingat kenyataan bahwa masyarakat Muslim adalah masyarakat yang memiliki kewajiban menghindari konsumsi yang tidak halal. Kecenderungan ini tentu dapat dilihat dari pandangan mereka pada suatu produk dan bagaimana pilihan-pilihan yang mereka lakukan. Penelitian ini dilakukan di Kota Medan mengingat masyarakat Muslim Kota Medan adalah masyarakat yang hidup dalam kota besar yang cukup dinamis dan memiliki dinamika pasar yang tinggi, terbuka dan luas, di mana pola-pola konsumsi masyarakat sangat dipengaruhi oleh berbagai budaya dan informasi yang beragam.

Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka topik atau masalah penelitian ini adalah bagaimana pandangan masyarakat Muslim Kota Medan terhadap konsumsi produk halal. Masalah penelitian ini kemudian dirumuskan menjadi sub rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pandangan atau pendapat masyarakat Muslim Kota Medan tentang konsumsi produk halal?
2. Bagaimana Perilaku masyarakat Muslim Kota Medan terhadap konsumsi halal?

METODOLOGI PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kota Medan. Kota Medan adalah ibu kota provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Kota ini juga merupakan pintu gerbang wilayah Indonesia bagian Barat. Kota ini merupakan kota terbesar di Pulau Sumatera dan menjadi salah satu kota besar di Indonesia. Secara geografis kota Medan terletak pada $3^{\circ} 30' - 3^{\circ} 43'$ Lintang Utara dan $98^{\circ} 35' - 98^{\circ} 44'$ Bujur Timur. Untuk itu topografi kota Medan cenderung miring ke utara dan berada pada ketinggian 2,5 - 37,5 meter di atas permukaan laut. Berbatasan sebelah Utara dengan Selat Malaka, sebelah Selatan dengan Kabupaten Deli Serdang, sebelah Barat dengan Kabupaten Deli Serdang, sebelah Timur dengan Kabupaten Deli Serdang, Kota Medan hampir seluruhnya dikelilingi oleh Kabupaten Deli Serdang. Dengan luas wilayah 265.10 km^2 , Kota Medan memiliki 21 kecamatan yaitu Medan Tuntungan, Medan Johor, Medan Amplas, Medan Denai, Medan Area, Medan Kota, Medan

Maimun, Medan Polonia, Medan Baru, Medan Selayang, Medan Sunggal, Medan Helvetia, Medan Petisah, Medan Barat, Medan Timur, Medan Perjuangan, Medan Tembung, Medan Deli, Medan Labuhan, Medan Marelan, Medan Belawan. Dari keseluruhan kecamatan ini terdapat 151 kelurahan. Penduduk kota Medan berdasarkan data sensus penduduk 2010 berjumlah 2.109.339 jiwa. Penduduk berjenis kelamin laki-laki mencapai 1.040.680 dan berjenis kelamin perempuan mencapai 1.068.659. Dilihat dari struktur umur penduduk, Medan dihuni lebih kurang 1.377.751 jiwa berusia produktif, (15-59 tahun). Sedangkan penduduk yang menganut agama Islam (67,83%) atau mencapai kira-kira 934.529 jiwa, Katolik (2,89%) atau kira-kira 38577 jiwa, Protestan (18,13%) atau sekitar 249786 jiwa, Buddha (10,4%) atau lebih kurang, Hindu (0,68%) atau berkisar 143286, dan lain-lainnya (0,07%).

Masyarakat Kota Medan dapat dikatakan sebagai masyarakat heterogen dan modern. Heterogenitas penduduk Kota Medan memiliki ciri penting yaitu yang meliputi unsur agama, suku etnis, budaya dan keragaman (plural) adat istiadat. Hal ini memunculkan karakter sebagian besar penduduk Kota Medan bersifat terbuka. Mayoritas penduduk kota Medan sekarang ialah Suku Jawa, dan suku-suku dari Tapanuli (Batak, Mandailing, Karo). Di Medan banyak pula orang keturunan India dan Tionghoa. Medan salah satu kota di Indonesia yang memiliki populasi orang Tionghoa cukup banyak.

Perbandingan etnis di Kota Medan pernah menjadi topik

penelitian Usman Pelly tahun 2000 dan ia menemukan bahwa etnis terbesar di Kota Medan adalah suku Jawa mencapai 33%, kemudian Batak 20,09%, Tionghoa 10,65%, Mandailing 9,36%, Minangkabau 8,6% dan Melayu sebagai suku asli Kota Medan yang awalnya adalah tanah Melayu hanya 6,59% selebihnya adalah karo, Aceh, sunda, dan lain-lain.

Pilihan Kota Medan sebagai lokasi penelitian ini juga didasarkan pada alasan bahwa kota Medan adalah kota yang memiliki dinamika pasar yang tinggi, terbuka dan luas, di mana hal ini dapat mempengaruhi pola-pola konsumsi masyarakat sangat beragam dan berkembang. Dinamika pasar Kota Medan sendiri sangat dipengaruhi oleh globalisasi dan Pasar bebas apalagi letak wilayah kota Medan sangat dekat dengan negara-negara lain seperti Singapura dan Malaysia. Kota Medan juga memiliki supermarket-supermarket yang cukup banyak seperti Deli Plaza, Sinar Plaza, Menara Plaza, Grand Palladium, Plaza Medan Fair, Medan Mall, Medan Plaza, Millenium Plaza, Sun Plaza, Cambridge City Square, Thamrin Plaza, *Brastagi Mall*, *Hong Kong Plaza*, *Macan Group*, *Makro*, *Yuki Pasar Raya*, *Yuki Simpang Raya*, *Yanglim Plaza* dan lain-lain.

Selain pasar-pasar modern dalam kemasan mall atau plaza tersebut pasar-pasar tradisional di Kota Medan sangat banyak antara lain disebutkan di sini pasar yang cukup besar dan ternama di Kota Medan yaitu Pusat Pasar, Pasar Petisah, *Pasar Beruang*, *Pasar Simpang Limun*, *Pasar Ramai*, *Pasar Simpang Melati*, Pasar Simalingkar,

Pasar Pancing, *Pasar Ikan Lama* dan pasar-pasar lain yang tidak mungkin disebutkan di sini. Keberadaan Pasar modern dan pasar tradisional di Kota Medan menunjukkan bahwa kota Medan memiliki aktivitas ekonomi dan dinamika pasar yang cukup tinggi sehingga hal ini akan memberi pola dan pengaruh kepada masyarakat terhadap pilihan konsumsinya.

Secara geografis, Kota Medan memiliki kedudukan strategis. Kondisi geografis ini menjadi faktor pendukung lajunya perekonomian dan pola konsumsi masyarakatnya sebab berbatasan langsung dengan Selat Malaka di bagian Utara, sehingga relatif dekat dengan kota-kota / negara yang lebih maju seperti Pulau Penang Malaysia, Singapura dan lain-lain. Demikian juga secara demografis Kota Medan diperkirakan memiliki pangsa pasar barang/jasa yang relatif besar. Dengan mengambil lokasi Kota Medan, penelitian ini dilaksanakan dalam masa 6 (enam) bulan yaitu di mulai dari bulan Mei 2010 sampai dengan Desember 2010.

Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif kuantitatif adalah metode kuantitatif yang dilakukan secara sederhana di mana model yang dilakukan lebih mendekati kualitatif. Hasil penelitian atau data akan disajikan secara deskriptif analisis dengan menggunakan prosentase. Penelitian deskriptif menurut Suharsimi Arikunto dimaksudkan bukan untuk menguji hipotesis tertentu tetapi hanya menggambarkan apa adanya

tentang suatu variable, gejala atau keadaan. Model penelitian ini biasa membantu pihak-pihak yang berkepentingan untuk melahirkan suatu rancangan kegiatan. Atau hasil penelitian sejenis ini dapat memberikan saran kepada pemerintah atau pihak-pihak terkait untuk melakukan kegiatan atau kebijakan tentang topik yang diteliti tersebut.²

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Kota Medan memiliki 21 kecamatan dan 151 kelurahan. Oleh karena lokasi ini cukup luas populasi diambil dari beberapa kecamatan yang mewakili karakteristik kota Medan. Oleh karena itu populasi hanya akan mengambil tiga kecamatan yaitu kecamatan Medan Kota, kecamatan Medan Marelan, dan Kecamatan Medan Estate. Kecamatan Medan Kota merupakan kecamatan yang memiliki masyarakat Kota dan menjadi pusat kota di Kota Medan, Kecamatan Medan Marelan merupakan perwakilan kecamatan pinggiran Kota Medan dan kecamatan Medan Estate merupakan kecamatan yang mewakili daerah kota Medan yang memiliki masyarakat kampus dan pasar. Populasi penelitian ini seluruh orang dewasa dari kalangan masyarakat Muslim Kota Medan yang berada pada tiga kecamatan dimaksud. Masyarakat Kota Medan, kemudian, dimaksudkan yaitu masyarakat yang mewakili orang dewasa baik laki-laki maupun perempuan tanpa memandang tingkat

² Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), hal. 310-311.

pendidikan atau jenis pekerjaan. Populasi dari ketiga kecamatan dimaksud sebanyak 288.485 orang. Sampel diambil dengan menggunakan *teknik simple random sampling* yaitu suatu teknik pengambilan sample yang sederhana. Teknik ini tidak menggunakan *cluster* atau karakteristik tertentu dalam menentukan sampel. Sample dalam penelitian ini sebanyak 1500 orang

Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk untuk mengumpulkan data penelitian ini menggunakan instrumen yang mengukur pandangan dan perilaku masyarakat terhadap produk halal. Pandangan dan perilaku di sini dimaksudkan sebagai variabel yang akan diukur untuk mengetahui pandangan masyarakat terhadap produk halal. Instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau *questionnaire* yang dibuat sendiri oleh peneliti (lihat lampiran). Angket atau *questionnaire* ini berupa seperangkat item-item yang dituangkan dalam skala sikap dalam menjangkau data pandangan masyarakat terhadap produk halal, sosialisasi halal, peraturan dan komitmen pelaksanaan konsumsi halal itu sendiri. Untuk menilai hasil angket digunakan skor skala Likert yaitu sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS). Dalam penelitian ini dibuat 1-4 skala yaitu untuk item positif SS berskor 4 dan STS memiliki skor 1. Sebaliknya untuk item negatif untuk SS berskor 1 dan STS memiliki skor 4.

Selanjutnya dibuat instrumen

atau *questionnaire* terbuka. *Questionnaire* terbuka memberikan pilihan-pilihan jawaban yang telah ditentukan kemudian dengan menambahkan pilihan yang kosong pada pilihan terakhirnya. Hal ini dimaksudkan untuk menjangkau data yang bertujuan mendapatkan alasan responden mengapa ia setuju dan mengapa ia tidak setuju. *Questionnaire* yang kedua ini diberikan kepada responden yang sama dengan responden yang menerima angket skala sikap.

Kalibrasi

Untuk kalibrasi instrumen tes pandangan masyarakat terhadap produk halal dilakukan langkah-langkah sebagai berikut: *Pertama*, menyusun butir atau item angket pandangan masyarakat terhadap produk halal. Penyusunan butir-butir angket didasarkan pada indikator pandangan terhadap produk halal. Jumlah butir sebanyak 50 butir untuk mewakili indikator-indikator yang telah disediakan, untuk menjangkau pandangan masyarakat terhadap produk halal. Jenis angket yang dipilih adalah jenis angket tertutup. Untuk menyusun butir angket dipertimbangkan tingkat kesulitan setiap butirnya. *Kedua*, untuk mengkaji validitas isi dan narasinya diperiksakan kepada dua orang panelis. Setelah dianalisis butir angket diujicobakan. *Ketiga*, setelah itu, data hasil ujicoba kembali diuji validitas dan reliabilitasnya. Pengujian validitas isi dilakukan dengan cara melihat kesejajaran dan kesesuaian antara indikator dengan isi butir instrumen. Selanjutnya analisis validitas dan seleksi butir ini dilakukan dengan menghitung

validitas butir instrumen untuk mengetahui sejauh mana butir-butir instrumen yang dikembangkan dapat mengukur pandangan masyarakat terhadap produk halal. Validitas butir merupakan daya pembeda (*item discriminating power*) yang dapat mengetahui sejauh mana suatu butir angket atau skala dapat membedakan antara individu atau kelompok individu yang memiliki dan tidak memiliki atribut yang diukur.³ Hal ini dapat dipakai untuk menseleksi butir-butir yang digunakan sebagai alat ukur dan butir-butir yang harus dibuang karena tidak memenuhi syarat.

Berdasarkan validitas butir yang merupakan derajat kesesuaian antara suatu butir dengan butir lainnya dalam instrumen, maka ukuran validitas butir dapat dihitung dengan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total. Perhitungan reliabilitas instrumen adalah untuk menganalisis instrumen secara keseluruhan yaitu untuk mengetahui tingkat reliabilitas atau konsistensi instrumen yang menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dengan instrumen tersebut dapat dipercaya. Koefisien reliabilitas skala pandangan masyarakat terhadap produk halal dihitung berdasarkan konsistensi gabungan butir untuk mengungkap taraf konsistensi respon subjek terhadap keseluruhan butir. Karena instrumen pandangan masyarakat terhadap produk halal dalam bentuk rentang, maka perhitungan koefisien reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach*.

³ Saefuddin Azhar, *Penyusunan Skala Psikologi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999), hal. 4.

(1) Validitas (korelasi)

Sebelum digunakan dalam penelitian, tes pandangan masyarakat terhadap produk halal terlebih dahulu diperiksa validitasnya isi, butir, indeks kesukaran dan reliabilitasnya karena hal ini merupakan syarat-syarat tes yang baik. Validitas isi diperiksa dengan cara menyusun butir-butir angket berdasarkan ruang lingkup pandangan masyarakat terhadap produk halal kemudian diperiksa. Untuk memeriksa validitas butir, indeks kesukaran dan reliabilitas tes terlebih dahulu dilakukan ujicoba tes. Tes tersebut diujicobakan kepada masyarakat yang termasuk dalam populasi yang tidak termasuk dalam sampel penelitian. Dengan demikian, sampel ujicoba memiliki karakteristik yang sama dengan sampel penelitian, yakni masyarakat Muslim dewasa yang telah dapat melakukan pilihan-pilihan konsumsinya. Sampel ujicoba ini berjumlah 10 orang. Setelah ujicoba dilaksanakan maka dapat dilihat hasil validitas butir, indeks kesukaran, dan reliabilitas butir angket pandangan masyarakat terhadap produk halal.

a. Validitas butir

Validitas butir bertujuan untuk melihat derajat kesukaran antara suatu butir dengan butir lainnya dalam instrumen dan dapat mengetahui sejauhmana suatu butir soal dapat membedakan antara individu atau kelompok individu yang memiliki atau tidak memiliki atribut yang diukur. Validitas butir tes pandangan masyarakat setelah dianalisis menunjukkan bahwa r

hitung ke 50 soal lebih besar dari r tabel 0.37. hal ini menunjukkan bahwa seluruh butir soal tersebut absah (valid) sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

b. Taraf kesukaran

Taraf kesukaran merupakan indeks yang menunjukkan sukar atau mudahnya suatu butir soal. Suatu butir soal tersebut dikatakan bila butir soal tersebut tidak terlalu mudah dan tidak terlalu sulit. Taraf kesukaran butir tes soal angket dalam penelitian ini menggambarkan bahwa soal memiliki kualifikasi mudah dan sedang.

(2) Reliabilitas

Reliabilitas tes adalah tingkat konsistensi dan kurasi tes. Artinya bila tes tersebut diujikan beberapa kali terhadap subjek yang memiliki karakteristik yang sama, hasil yang diperoleh juga relatif sama. Di dalam penelitian ini, reliabilitas tes yang dicari adalah reliabilitas antar penilai (rater) dan reliabilitas secara keseluruhan.

Kontrol Terhadap Validitas Internal dan Eksternal

Untuk mendapatkan keyakinan bahwa rancangan penelitian yang dipilih cukup baik sehingga menguji hipotesis penelitian dan hasilnya dapat digeneralisasikan, maka dilakukan pengontrolan terhadap validitas internal dan validitas eksternal rancangan penelitian⁴. Validitas internal dimaksudkan agar dapat

dipastikan bahwa hasil penelitian merupakan hasil pandangan masyarakat terhadap produk halal, sedangkan validitas eksternal dimaksudkan agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan ke populasi. Pengontrolan validitas internal dalam penelitian ini hanya dilakukan terhadap; historitas, kematangan, pengetesan, instrumentasi, regresi statistik, seleksi dan mortalitas.⁵ Pada penelitian ini pengontrolan validitas internal dilakukan pada pengetesan dan instrumentasi. Pengontrolan validitas eksternal dalam penelitian ini dilakukan terhadap populasi, ekologi, dan konstruk.⁶ Validitas populasi berarti hasil penelitian ini hanya valid untuk digeneralisasikan pada kelompok individu di luar penelitian yang memiliki karakteristik relatif sama. Untuk dilakukan pengontrolan dengan cara (1) mengambil sampel sesuai dengan karakteristik populasi (2) menentukan kelompok eksperimen dari kelompok populasi secara acak, (3) menentukan pendekatan (pembelajaran akseleratif dan pembelajaran tradisional) yang akan dilaksanakan untuk masing-masing kelompok secara acak.

Validitas ekologi mengacu kepada seberapa jauh hasil penelitian ini dapat digeneralisasikan pada kondisi lain di luar penelitian. Kondisi ini dapat meliputi keadaan alamiah

⁴ Stephen Issac and William B. Michael, *Handbook in Research and Evaluation* (California: edits Publishers, 1982), hal. 59-63.

⁵ Thomas D. Cook dan Donald T. Campbell, *Quasi-Experimentation: design and Analysis Issues for Field Settings* (Boston: Houghton Mifflin Company, 1979), hal. 51-55.

⁶ Ibnu Hajar, *Dasar-dasar Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan* (Jakarta: RajaGrafindo persada, 1996), hal. 107-108.

variabel, waktu pelaksanaan, lingkungan fisik, efek kehadiran peneliti dan lain-lain. Validitas Konstrak mengacu kepada seberapa jauh hasil penelitian ini dapat digeneralisasikan untuk memahami fenomena yang kompleks yakni lebih luas dari konstrak yang dipakai dalam penelitian.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis dengan menggunakan prosentase. Data diolah dengan menggunakan formula:

$$\frac{\text{Skor yang diperoleh}}{\text{Jumlah skor total}} \times 100\%$$

Hasil Penelitian Dan Pembahasan Pandangan Masyarakat Terhadap Produk Halal

a. Pandangan Masyarakat Terhadap Sertifikasi Halal Dan Pencantuman Label Halal

Data tentang sertifikasi halal dan pencantuman label halal meliputi pandangan atau pendapat masyarakat tentang kewajiban pengusaha mengikuti sertifikasi halal dan mencantumkan label halal pada kemasan produk. Untuk data bahwa setiap pengusaha berkewajiban mengikuti sertifikasi halal dan mencantumkan label halal dalam produk sebanyak 55% menjawab sangat setuju, 32 % menjawab setuju, 11% menjawab tidak setuju dan hanya 2 % yang menjawab sangat tidak setuju bila pengusaha diwajibkan mengikuti sertifikasi halal dan pencantuman label halal. Dari prosentase yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa masyarakat

sangat menghendaki bila pengusaha diwajibkan mengikuti sertifikasi halal dan pencantuman dalam kemasan produk mereka. Bahkan bila dilihat prosentase masyarakat yang sangat setuju dan yang setuju secara bersamaan maka dapat dikatakan bahwa kehendak masyarakat terhadap pencantuman label halal sangat tinggi.

b. Pandangan Masyarakat Terhadap Perlunya Undang-Undang Produk Halal

Berkenaan dengan rancangan undang-undang produk halal, masyarakat yang berpendapat bahwa perlu ada undang-undang khusus yang mengatur persoalan produk halal dengan prosentase yang sangat tinggi. Sebesar 55% masyarakat menyatakan sangat setuju, 35% menyatakan setuju, dan hanya 10% masyarakat yang menyatakan tidak setuju atas diberlakukannya undang-undang khusus yang mengatur produk halal di Indonesia. Dari prosentase ini dapat dikatakan bahwa masyarakat kota Medan mendukung diterbitkannya undang-undang produk halal. Hanya sedikit yang menyatakan tidak mendukung undang-undang yang mengatur produk halal.

c. Pandangan Masyarakat Terhadap Sanksi Bagi Penipuan Produk Halal

Dengan adanya undang-undang atau peraturan yang tegas tentang produk halal maka praktek-praktek penipuan produk halal dapat ditindak secara tegas. Masyarakat yang sangat setuju terhadap hukuman tegas bagi pelaku tindakan penipuan produk halal. Mereka yang

menyatakan sangat setuju sebanyak 76 % dan setuju sebanyak 22 % sedangkan sisanya 2 % menyatakan tidak setuju diberlakukan hukuman tegas bagi yang melakukan penipuan produk halal.

Sejalan dengan dukungan terhadap ditetapkannya undang-undang produk halal tampak dari data di atas bahwa pandangan masyarakat kota Medan mendukung tindakan yang tegas terhadap pelaku penipuan produk halal.

d. Pandangan Masyarakat Terhadap Akses Informasi Kehalalan Produk

Akses terhadap produk halal adalah cara-cara mengetahui kehalalan sebuah produk, dari mana dan apa ciri-ciri atau tanda bahwa sebuah produk tersebut halal atau tidak. Masyarakat kota Medan yang mengaku kesulitan mengakses informasi produk halal memiliki prosentase yang cukup tinggi dengan rincian sebanyak 11 % menyatakan sangat setuju kesulitan mengakses informasi produk halal, 49 % mengatakan setuju bahwa mereka kesulitan dan selebihnya yaitu 33 % dan 8 % menyatakan bahwa mengakses informasi produk halal adalah mudah. Tampak dari tingginya prosentase yang sangat setuju dan setuju bahwa mereka mengalami kesulitan dalam mengakses informasi produk halal menunjukkan bahwa masyarakat kota Medan belum memiliki informasi yang jelas bagaimana mengetahui produk halal dalam kemasan pada satu sisi, namun pada sisi lain mereka beralasan bahwa label halal diletakkan sangat kecil dan di kemasan yang agak sudut, sehingga sulit sekali mereka

menemukan label halal.

e. Pandangan Masyarakat Terhadap Sosialisasi Produk Halal

Mengenai sosialisasi halal masih perlu dilakukan. 59% masyarakat kota Medan menyatakan sangat setuju kalau sosialisasi halal masih harus terus dilakukan, 35% setuju dan selebihnya menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju karena Masyarakat akan mengetahui produk halal tanpa adanya sosialisasi masyarakat khususnya masyarakat muslim seyogyanya memahami bahwa kehalalan makanan harus menjadi perhatian kehidupannya. Melihat dari prosentase yang cukup tinggi dari pendapat masyarakat menunjukkan bahwa sosialisasi produk halal masih perlu terus dilakukan kepada masyarakat baik di kalangan masyarakat secara luas. Tampak perbandingan pendapat masyarakat dalam sosialisasi produk halal.

f. Pandangan Masyarakat Terhadap Media Sosialisasi

Untuk memperlancar keberhasilan sosialisasi halal maka diperlukan sarana atau media. Masyarakat menyatakan pandangannya bahwa dengan sarana atau media sosialisasi halal akan lebih efektif kalau menggunakan media cetak, TV, radio dan internet. Sebanyak 50 % sangat setuju, 43 % menyatakan setuju. Hanya 5% tidak setuju dan 2 % yang hanya sangat tidak setuju. Mereka berpendapat bahwa Media tidak terlalu membantu dalam sosialisasi halal.

g. Pandangan Masyarakat Terhadap Ruang Lingkup Sosialisasi Halal

Hal lain yang perlu menjadi pertimbangan bagi sosialisasi halal tidak hanya media atau sarana saja tetapi juga ruang lingkup sasaran sosialisasi halal itu sendiri. Apakah sosialisasi halal perlu dilakukan kepada masyarakat luas atau hanya pada lingkungan terbatas saja yaitu di kalangan pengelola produk-produk halal lembaga terkait. Masyarakat kota Medan 66 % menyatakan sangat setuju bila sosialisasi halal perlu dilakukan di lingkungan keluarga, sekolah, dan masyarakat luas. Sebanyak 30% di antara menyatakan setuju. Sedikit sekali yang menyatakan bahwa sosialisasi halal hanya perlu dilakukan dalam lingkungan terbatas saja yaitu di kalangan mereka yang bergelut dengan produk halal saja.

h. Pendapat Masyarakat Mengenai Pertimbangan Kehalalan Dalam Berbelanja

Dalam berbelanja apakah kehalalan menjadi pertimbangan dalam memilih produk-produk yang akan mereka beli atau mereka konsumis. Masyarakat kota Medan yang menyatakan bahwa mereka mempertimbangkan kehalalan produk yang akan dibeli atau dikonsumsi 30% menyatakan sangat setuju, 55% masyarakat menyatakan akan mempertimbangkan kehalalan dalam produk yang akan mereka beli dan konsumsi. Dan selebihnya menyatakan bahwa bagi mereka, kehalalan produk tidak terlalu menjadi pertimbangan, yaitu 12% menyatakan tidak setuju menjadikan kehalalan produk sebagai bahan pertimbangan dan hanya 3% yang sangat tidak setuju. Dari data di atas dapat dilihat bahwa masyarakat kota

Medan yang menunjukkan perhatian terhadap produk halal dalam belanja mereka sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa animo terhadap produk halal di kalangan masyarakat kota Medan juga sangat tinggi.

i. Pandangan Masyarakat Terhadap Kehalalan Pada Berbagai Jenis Produk

Pandangan masyarakat terhadap kehalalan pada berbagai jenis produk dilihat dari empat macam produk, yaitu produk makanan, minuman, obat-obatan dan kosmetik. Pada bagian ini yang menjadi fokus adalah bagaimana pendapat mereka tentang kehalalan atau pelabelan halal pada jenis-jenis produk yang telah disebutkan tadi. Pada produk-produk makanan, minuman, obat dan kosmetika mereka sangat setuju dan setuju untuk mempertimbangkan kehalalan produk tersebut. Dari mereka 41 % sangat setuju, 49% setuju. Selanjutnya 7 % tidak setuju dan 3 % sangat tidak setuju untuk memperhatikan kehalalan produk-produk yang mereka beli dan konsumsi. Secara khusus data mengenai produk makanan masyarakat menyatakan bahwa mereka mempertimbangkan kehalalan produk makanan 58% sangat setuju, 40% setuju dan hanya 2% yang menyatakan tidak setuju. Masyarakat yang menyatakan bahwa produk minuman menjadi pertimbangan kehalalannya sebanyak 28 % menyatakan sangat setuju, 69 % menyatakan setuju dan hanya 3 % menyatakan tidak setuju.

Demikian juga pertimbangan kehalalan pada produk obat-obatan sangat tinggi. Masyarakat kota

Medan sebanyak 43 % menyatakan sangat setuju, 46 % menyatakan setuju dan hanya sebanyak 9 % dan 2 % yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pandangan kehalalan sebagai pertimbangan dalam belanja. Pandangan masyarakat terhadap kehalalan produk jenis kosmetik ditunjukkan oleh prosentase 30 % menyatakan sangat setuju, 60 % menyatakan tidak setuju dan selebihnya hanya 3 % dan 4 % menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju untuk mempertimbangkan kehalalan produk kosmetik yang mereka konsumsi. Dari data-data di atas dapat kita lihat bahwa pandangan masyarakat secara khusus terhadap jenis-jenis produk makanan, minuman dan obat-obatan serta kosmetika menunjukkan prosentase yang masing-masing cukup tinggi.

j. **Pandangan Masyarakat Terhadap Gaya Belanja Halal**

Masyarakat kota Medan berpendapat bahwa tidak mengapa harga suatu produk yang berlabel halal lebih mahal dibandingkan dengan produk yang tidak berlabel halal. sebanyak 17 % di antara mereka menyatakan sangat setuju, 59 % menyatakan setuju dan selebihnya berpendapat yaitu sebanyak 21 % dan 3 % menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Mereka berpendapat sebaiknya produk berlabel halal lebih murah daripada yang tidak berlabel halal. Dari data di atas dapat kita lihat bahwa masyarakat berpendapat bahwa tidak menjadi masalah bila harga produk halal lebih mahal dibandingkan dengan harga produk yang tidak

berlabel halal.

Perilaku masyarakat terhadap produk Halal

a. **Perilaku masyarakat terhadap produk halal berlabel produk halal**

Masyarakat kota Medan menyatakan perilaku dalam sikap bahwa mereka akan membeli produk yang berlabel halal saja. Sebanyak 80 % menyatakan setuju dan selebihnya menyatakan tidak setuju. Mereka beralasan bahwa memang selayaknya seorang Muslim hanya membeli dan mengonsumsi produk halal.

Tampak bahwa sikap di atas sangat positif namun ketika berkaitan dengan ketiadaan barang atau produk yang mereka cari tidak berlabel prosentasenya menjadi menurun. Bila tidak menemukan produk halal yang dibutuhkan mereka akan mencari produk lain yang berlabel halal. Sebanyak 73% dari masyarakat menyatakan setuju akan mencari produk lain yang dibutuhkan bila produk dicari tidak berlabel halal. Selebihnya menyatakan mereka akan tetap membeli produk yang mereka butuhkan tersebut sekalipun tidak berlabel halal. Terutama bila memang sulit mencari produk lain yang berlabel halal juga.

b. **Perilaku Masyarakat Kota Medan Terhadap Penipuan Produk Halal**
Reaksi adalah bagian dari perilaku terhadap hal yang diajukan atau ditujukan kepada mereka. Ketika ditanyakan bila terjadi penipuan produk halal apa yang harus dilakukan mereka bersikap bahwa mereka sebanyak 40 % akan melaporkan kepada yang berwenang.

27 % menjawab bahwa mereka akan diam dan membiarkan saja dan selebihnya menjawab tidak tahu. Menurut mereka, mereka tidak tahu apa yang harus dilakukan dan keman melaporkannya.

c. Perilaku Masyarakat Dalam Upaya Memperoleh Informasi Halal

Untuk mengetahui kehalalan produk yang akan dibeli, mereka mengaku bahwa mereka mencari dan membaca label halal. Sebanyak 55 % mengaku membaca labelnya. Alasan yang mereka kemukakan adalah bahwa tidak semua produk yang beredar di Indonesia adalah produk halal. Terutama produk-produk yang berasal dari luar negeri seperti yang berasal dari negara Cina, Eropa dan lain-lain. Namun tampak bahwa masyarakat tidak memahami apa yang dimaksud dengan label halal dan bagaimana bentuk serta ciri-ciri label halal tersebut. Hal ini tampak pada data yang ditunjukkan bahwa sebanyak 45 % menyatakan bahwa produk yang sudah ada tulisan Arabnya adalah pasti produk halal. Sebesar 50 % menyatakan bahwa tulisan Arab yang tertera di kemasan tidak menunjukkan jaminan kehalalan isi produknya. Selebihnya 5 % menyatakan tidak jelas atau tidak mengetahui secara pasti tentang hal tersebut.

Bila suatu produk tidak berlabel halal sebagian masyarakat mengaku melakukan cara lain untuk mengetahui produk halal dengan cara membaca bahan-bahan yang tertulis di kemasan. Sebanyak 67 % menyatakan setuju dengan cara ini sementara selebihnya tidak setuju. Mereka menyatakan tidak biasa

membaca bahan-bahan yang tertulis di kemasan. Sebagian lagi menyatakan tidak membaca bahan-bahan yang tertulis di kemasan karena hurufnya kecil-kecil. Sebagian memberi alasan bahwa kalupun mereka membaca mereka tidak memahami semua istilah-istilah yang ada dalam kemasan.

d. Perilaku Masyarakat Terhadap Sosialisasi Produk Halal

Masyarakat menyatakan sikap bahwa mereka akan turut aktif dalam sosialisasi halal. Sebanyak 76 % menyatakan bahwa mereka akan turut berperan aktif melakukan sosialisasi halal sesuai yang mereka mampu. Namun selebihnya menyatakan bahwa sosialisasi halal hanya perlu dilakukan oleh pemerintah dan lembaga terkait.

e. Perilaku Masyarakat Dalam Penerapan Pertimbangan Kehalalan Suatu Produk

Produk-produk yang tidak ditemukan label halal dalam produk yang akan dibeli masyarakat menyatakan sikap bahwa mereka akan bertanya kepada petugas atau kepada teman yang bersama mereka 68% menyatakan demikian. Selebihnya tidak memperdulikan apakah produk yang akan mereka beli berlabel halal atau tidak.

f. Perilaku Masyarakat Terhadap Kehalalan Berbagai Macam Jenis Produk

Secara khusus pertimbangan kehalalan pada jenis produk tertentu menunjukkan bahwa pada produk makanan mereka akan membeli produk yang hanya berlabel halal yaitu sebesar 72 %. Demikian juga

pada produk minuman mereka menunjukkan sikap komitmen yang tinggi dan akan membeli produk minuman yang hanya berlabel halal, yaitu sebesar 69%. Hal ini menunjukkan perilaku sikap yang positif terhadap produk halal khususnya makanan dan minuman. Pada produk obat-obatan sebesar 40 % tidak memperhatikan kehalalan produk. Mereka beralasan obat – obatan jarang sekali menggunakan label halal dan karena terpaksa, tidak ada yang lain, akhirnya mereka membeli produk obat-obatan yang mereka butuhkan. Demikian juga pada produk kosmetika mereka tidak terlalu mempertimbangkan kehalalan produknya karena sulitnya menemukan produk kosmetika yang cocok dan berlabel halal.

g. Perilaku Masyarakat Dalam Berkomitmen Terhadap Gaya Belanja Halal

Berkenaan dengan harga produk yang berlabel halal. Masyarakat sebanyak 74% berkomitmen akan tetap membeli produk halal sekalipun harganya lebih mahal dari pada produk serupa yang lebih murah tapi tidak berlabel halal. Selebihnya mereka menghendaki produk berlabel halal sebaiknya memiliki harga yang standar atau murah. Sebanyak 26 % tidak akan membeli produk halal bila harganya mahal. Mereka memberi alasan kalau mahal mungkin tidak akan terjangkau harganya buat mereka.

PEMBAHASAN

Dari deskripsi data yang dikemukakan di atas dapat dilihat tentang bagaimana pandangan

masyarakat dan reaksi masyarakat terhadap produk halal, sertifikasi produk halal, undang-undang produk halal dan lain-lain. Masyarakat menunjukkan pendapat mereka bahwa sertifikasi halal dan pelabelan halal seharusnya menjadi kewajiban bagi para pengusaha atau produsen. Pandangan masyarakat ini memang belum menjadi ukuran terwujudnya kewajiban sertifikasi halal dan pelabelan halal bagi pengusaha atau produsen.

Sertifikasi Halal adalah suatu proses untuk memperoleh sertifikat halal melalui beberapa tahap untuk membuktikan bahwa bahan, proses produksi dan Sistem Jaminan Halal memenuhi standar LPPOM MUI.⁷ Persoalan sertifikasi halal sampai hari ini masih mengalami dan menghadapi banyak problem. Persoalan utama adalah bahwa pihak-pihak yang berkecimpung pada produk halal terutama para pengusaha atau produsen itu sendiri belum secara serius memandang persoalan halal ini. Terutama berkaitan dengan standar halal yang kurang tegas. Untuk mengatasi permasalahan tersebut dibutuhkan kerja keras pemerintah dan lembaga-lembaga nonpemerintah yang memiliki perhatian tentang persoalan halal. Pemerintah memiliki wewenang mengeluarkan registrasi sementara majelis ulama bertugas memeriksa kehalalan suatu produk serta mengeluarkan fatwa halal dan lembaga-lembaga swadaya masyarakat melakukan sosialisasi dan gebyar produk halal. Dengan kerjasama ini diharapkan pihak-

⁷ Majelis Ulama Indonesia, *Panduan Umum Sistem Jaminan Halal LPPOM – MUI* (Jakarta: 2008), hal. 7

pihak saling bekerja sama, maka diharapkan terwujud sinergi yang kuat dalam kaitannya dengan perlindungan masyarakat Muslim pada produk-produk halal.

Kenyataannya, pelaksanaan sertifikasi halal di Indonesia memang belum efektif. Hal ini dikarenakan perundang-undangan mengenai sertifikasi halal di Indonesia tidak mewajibkan pelaku usaha untuk mempunyai sertifikat halal maupun label halal pada produknya. Pelaku usaha hanya sukarela saja mensertifikasi dan melabel halal produk-produk mereka. Jadi tidak ada paksaan. Padahal adanya sertifikasi dan label halal merupakan sebuah tujuan untuk melindungi masyarakat muslim dari semua produk terutama makanan, minuman, obat-obatan dan kosmetika yang menjadi konsumsi mereka sehari-hari.⁸

Pada dasarnya pemerintah telah memberikan aturan tentang produk dan pangan. Peraturan-peraturan itu termaktub dalam undang-undang No. 23 tahun 1992 tentang kesehatan, Undang no. 7 tahun 1996 tentang Pangan, undang-undang no. 8 tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen, PP No. 69 tahun 1999 tentang label dan Iklan Pangan dan lain-lain. Namun di dalam undang-undang yang telah ditetapkan pemerintah tersebut tidak secara khusus mengatur produk halal dan tidak menyebutkan kewajiban pengusaha untuk mengikuti sertifikasi dan pencantuman label halal.

⁸ Thobieb Al-Asyhar, *Bahaya Makanan Haram Bagi Kesehatan Jasmani dan Kesucian Rohani* (Jakarta: Al-Mawardi Prima, 2003), hal. 152-153.

Misalnya dalam Peraturan Pemerintah No. 69/1999, menjelaskan bahwa, "Pangan halal adalah pangan yang tidak mengandung unsur atau bahan yang haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, baik yang menyangkut bahan baku pangan, bahan tambahan pangan, bahan bantu atau bahan penolong lainnya termasuk bahan pangan yang diolah melalui proses rekayasa genetika dan iradiasi pangan, dan yang pengelolannya dilakukan sesuai dengan ketentuan hukum agama Islam." Kehalalan pangan adalah suatu hal yang mutlak bagi konsumen, bahkan begitu urgent masalah ini sehingga jaminan kehalalan harus diperhatikan mulai dari bahan baku, bahan tambahan, proses, hingga produk akhir yang sampai pada tangan konsumen. Sayangnya, hal ini masih belum dilihat pemerintah sebagai potensi jaminan mutu, dan peningkatan daya saing, sehingga sertifikasi halal selama ini hanya bersifat sukarela dan tanpa payung hukum yang tegas sehingga banyak produsen mengabaikan sisi kehalalan produk. Agar konsumen muslim Indonesia dapat dilindungi pemerintah telah melalui DPR RI telah berupaya memberikan perlindungan bagi masyarakat Muslim dengan mengangkat usulan masyarakat tentang undang-undang pangan halal yang digodok dalam RUU Jaminan Pangan Halal disingkat dengan RUU JPH.

RUU JPH merupakan salah satu produk hukum yang belum selesai tahap pembahasannya di DPR sejak bulan Februari 2009. Rancangan Undang Undang ini

dibuat dengan tujuan agar setiap produk yang beredar di Indonesia mendapatkan sertifikasi halal menurut hukum Syariah Islam. Jika RUU JPH disahkan maka setiap produsen pangan wajib untuk melakukan sertifikasi halal, sehingga jaminan terhadap produk halal bagi masyarakat Muslim dapat terwujud.

Namun pendapat ini ditentang oleh kalangan yang menyatakan bahwa adanya kewajiban untuk mendapatkan sertifikasi halal bagi semua pengusaha pangan akan sangat memberatkan terutama untuk pengusaha kelas menengah ke bawah, karena untuk mendapatkan sertifikasi membutuhkan waktu yang lama serta dana yang besar.

UU JPH secara umum akan menguntungkan masyarakat Indonesia tidak hanya masyarakat muslim tapi masyarakat non-muslim. Namun fakta bahwa masyarakat yang ada di Indonesia sebagian besar merupakan Muslim yang tentu membutuhkan produk-produk yang terjamin kehalalannya. Lima hukum, seperti jaiz, makruh, haram, wajib, dan sunah, yang berlaku dalam syariat Islam telah memberikan landasan filosofis dalam membuat sebuah produk halal bagi para pengusaha. Oleh karena itu sangat diperlukan adanya undang-undang akan menjadi payung hukum bagi pemerintah dalam melindungi rakyatnya, yang sebagian besar Muslim, dalam mengonsumsi berbagai produk dari makanan, minuman, obat-obatan hingga kosmetika.

Keberadaan undang-undang yang berkaitan dengan produk halal diharapkan tidak hanya berkenaan

dengan produknya itu sendiri tetapi juga berkaitan dengan sanksi bagi mereka yang melakukan penipuan produk halal apakah dari mulai bahan dasar produk, proses pengolahan produk sampai pelabelan produk. Penipuan produk halal antara lain dapat diketahui dari kasus-kasus produk yang menggunakan kabel halal namun dalam bahan atau ingredienntanya mengandung bahan yang tidak halal. Ataupun produk yang menggunakan label halal tetapi setelah melalui penelitian ditemukan kandungan bahan yang tidak halal, seperti kasus Ajinomoto yang pernah terjadi di Indonesia.⁹

Penipuan produk halal ini dapat terjadi misalnya karena produsen tidak ingin mendaftarkan produknya untuk mendapatkan sertifikasi halal dan izin pencantuman label halal. Dengan alasan yang biayanya mahal ataupun karena rumitnya pengurusan sertifikasi halal.

Pelabelan halal secara resmi dapat diketahui dari label halal yang digambarkan dalam bentuk logo bertuliskan 'halal' dalam huruf Arab (حلال) yang diletakkan di sebuah lingkaran dan lingkaran itu bertuliskan Majelis Ulama Indonesia juga dalam tulisan Arab. Namun sebagian masyarakat tidak begitu memahami bagaimana mengetahui label halal yang resmi. Sebagian masyarakat mengetahui kehalalan produk bila sudah ada tulisan Arab di kemasannya atau sudah ada tulisan halal dalam huruf Arab atau dari bahan-bahan dasar yang digunakan

⁹ Anton Apriyantono dan Nurbowo, *Panduan Belanja dan Konsumsi Halal* (Jakarta: Khairul Bayan, 2003), hal. 12

dalam produk.

Oleh karena itu sosialisasi masih tetap harus terus dilakukan. Beberapa alasan ditemukan dari fakta di masyarakat bahwa ada beberapa faktor yang menyebabkan pentingnya sosialisasi harus terus dilakukan. *Pertama*, kesulitan masyarakat dalam mengakses informasi bahwa suatu produk itu halal atau tidak. Kesulitan dalam mengakses informasi kehalalan suatu produk pada dasarnya disebabkan tidak ketahuan masyarakat bagaimana dan apa yang harus dilakukan untuk mengetahui bahwa suatu produk tersebut halal. Selain itu tidak adanya pengetahuan terhadap bahan-bahan produk yang sering disajikan dalam istilah-istilah ilmiah juga menjadi penyebab sulitnya mengetahui informasi produk halal.

Padahal informasi tentang ingredient atau bahan-bahan lainnya harus menjadi perhatian masyarakat ketika membeli atau mengkonsumsi suatu produk. Allah telah menyarankan kepada manusia untuk memperhatikan apa yang dikonsumsi, sesuai dengan Firman-Nya dalam Al-Qur'an:

"Maka hendaklah manusia itu memperhatikan makanannya. Sesungguhnya kami benar-benar Telah mencurahkan air (dari langit). Kemudian kami belah bumi dengan sebaik-baiknya. Lalu kami tumbuhkan biji-bijian di bumi itu. Anggur dan sayur-sayuran. Zaitun dan kurma. Kebun-kebun (yang) lebat. Dan buah-buahan serta rumput-rumputan. Untuk kesenanganmu dan untuk binatang-binatang ternakmu". (Qs. 'Abasa

[80]: 24-32)

Kedua, komitmen keagamaan yang belum sejalan dengan perilaku masyarakat. Pada satu sisi ketika mereka ditanyakan pendapatnya tentang pertimbangan kehalalan produk yang akan mereka beli namun ketika mereka melakukan belanja dan tidak menemukan produk yang mereka butuhkan dengan label halal maka mereka tidak menjadikan pertimbangan kehalalan itu lagi. Memang harus ada upaya yang terus-menerus dalam memberikan penjelasan soal halal kepada masyarakat juga dalam hal ini pengusaha. Mestinya masyarakat Muslim mengetahui persoalan halal secara syariah dan persoalan produk halal secara lebih lengkap. Para pengusaha seharusnya memiliki pengetahuan tentang kehalalan produk. Apalagi, konsumen yang ada di Indonesia sebagian besar merupakan Muslim yang tentu membutuhkan produk-produk yang terjamin kehalalannya.

Pemerintah selain memberikan sosialisasi tentang produk halal secara umum juga mensosialisasikan aturan tentang sertifikasi, cara mempublikasikan dan memberikan suatu pembelajaran kepada masyarakat dan pengusaha tentang produk halal tersebut. Selain itu sosialisasi juga harus diberikan kepada para pedagang dan pemilik swalayan, sehingga para pedagang mengerti dan tidak marah bila masyarakat atau pembelinya menanyakan status produk yang mereka jual. Bagi pemilik swalayan dan supermarket seharusnya mereka memisahkan rak-rak penjualan untuk produk yang mengandung babi,

alkohol dan zat-zat lain yang tidak halal. Oleh karena itu sosialisasi juga harus dilakukan bagi penjual, pedagang dan pemilik supermarket atau swalayan.

Berkaitan dengan produk kosmetika, maka kesadaran masyarakat diperlukan untuk mengetahui tentang kehalalan terhadap kosmetika yang digunakannya. Hal ini ditunjukkan dari prosentase pendapat masyarakat kota Medan tentang pertimbangan kehalalan produk kosmetika yang cukup tinggi. Namun sayangnya perilaku dan sikap mereka menunjukkan apakah mereka akan tetap membeli produk kosmetika yang tidak berlabel halal lebih rendah. Hal ini berarti bahwa mereka masih membeli produk obat-obatan dan kosmetika yang tidak memiliki kehalalan.

Alasan yang mereka kemukakan adalah sulit sekali mencari produk kosmetika yang cocok dan memiliki label halal. Faktanya sedikit sekali pilihan produk kosmetika yang berlabel halal. Hal ini menunjukkan perilaku untuk melahirkan kehalalan bahan yang terkandung dalam kosmetika masih sangat rendah. Konsekwensinya adalah tidak memunculkan tuntutan kepada pengusaha untuk memperhatikan kehalalan bahan-bahan yang digunakan. Hal ini berkorelasi positif dengan rendahnya minat pengusaha kosmetika mendaftarkan produknya untuk mendapatkan sertifikat halal. Kondisi di atas tentunya menjadikan masyarakat Muslim perlu lebih meningkatkan pengetahuan tentang kehalalan bahan kosmetika agar dapat memilah dan memilih

kosmetika yang akan digunakannya. Akan tetapi pengetahuan tidak cukup untuk menentukan pilihan karena sampai saat ini masih belum banyak produk kosmetika yang mau mencantumkan komposisi bahan penyusun produknya pada label kemasan.

Berkaitan dengan produk obat-obatan melihat persentase pandangan masyarakat yang berkeinginan terhadap obat-obatan yang berlabel halal cukup tinggi. Karena memang tuntutan terhadap obat halal merupakan hak konsumen Muslim. Namun masyarakat justru membeli produk obat yang tidak jelas kehalalannya. Hal ini berkaitan pada jaranganya produk obat yang beredar memiliki label halal. Akhirnya mereka merasa terpaksa membeli dengan alasan darurat, tidak ada obat yang lain yang berlabel halal. Dalam kondisi ketiadaan obat bagi penyakit yang sudah membahayakan dan mengancam jiwa manusia memang penggunaan obat yang haram boleh dilakukan jika dalam keadaan darurat, sepanjang belum ditemukan obat yang halal karena kemaslahatan kesehatan dan keselamatan lebih utama. Namun, untuk menentukan status darurat tersebut sehingga dibenarkan penggunaan obat haram ditetapkan berdasarkan fatwa yang ditetapkan Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia. Status darurat itu sendiri bersifat sementara, bukan selamanya. Dari aspek komitmen terhadap gaya belanja halal dari segi murah atau mahalanya produk yang berlabel halal. Masyarakat memberikan pandangan yang cukup positif dengan prosentasi yang sangat tinggi mengenai kemafhuman terhadap

produk yang halal lebih mahal dari produk yang tidak berlabel halal. Hal ini menunjukkan bahwa komitmen terhadap produk halal di kalangan masyarakat Kota Medan memberikan peluang berkembangnya produk halal di tengah gaya belanja dan konsumsi mereka. Yang perlu ditekankan adalah mengonsumsi produk halal merupakan kewajiban kepada Allah SWT.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan masyarakat memberikan pandangan dan pendapatnya bahwa mereka memiliki komitmen yang cukup tinggi terhadap pertimbangan kehalalan dalam berbelanja dan mengonsumsi produk-produk yang beredar di pasaran baik makanan, minuman, obat-obatan dan

kosmetika. Selanjutnya, tampak masyarakat menghendaki adanya undang-undang atau suatu peraturan khusus yang lebih tegas yang mengatur produk halal, mengatur tata cara pendaftaran sampai mengatur persoalan sanksi bagi pelaku penipuan produk halal. Oleh karena itu, sosialisasi produk halal masih perlu dilakukan terus menerus kepada masyarakat sebagai konsumen, kepada pengusaha sebagai produsen kepada pedagang, pemilik swalayan sebagai penjual. Sosialisasi perlu dilakukan di keluarga, di sekolah-sekolah, dan di kalangan masyarakat luas. Untuk keefektifan pencapaian sosialisasi perlu menggunakan media secara lebih luas baik melalui radio, media cetak (brosur, spanduk, buku dan lain-lain), televisi dan internet. Sosialisasi akan membantu masyarakat dan memberikan kemudahan dalam mengakses produk halal.

DAFTAR BACAAN

Al-Qur'an

Al-Asfahani, Al-Raghib. *Mu'jam Mufradat al-Quran*. Beirut: Dar al-Fikr, t.th.

Al-Asyhar, Thobieb. 2003. *Bahaya Makanan Haram Bagi Kesehatan Jasmani dan Kesucian Rohani*. Jakarta: Al-Mawardi Prima.

Al-Bukhâri. 1992. *Shahîh Bukhâri*. Muhammad Fuad Abd al-Qadir, Mausu'ah as-Sunnah al-Kutub al-Sittah wa Syuruhu. Istanbul: Çaliri Yayinlari.

Alex Sobur. 2003. *Psikologi Umum*, Bandung: Pustaka Setia.

Apriyantono, Anton dan Nurbowo. 2003. *Panduan Belanja dan Konsumsi Halal*. Jakarta: Khairul Bayan.

Apriyantono, Anton. 2004. *Tanya Jawab Soal Halal*. Jakarta: Khairul Bayan.

Arikunto, Suharsimi. 2000. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.

Azhar, Saefuddin. 1999. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Chaplin, J.P. 1999. *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: Rajawali Press.

- Departemen Agama. 2003. *Petunjuk Teknis Pedoman Sistem Produksi Halal*. Jakarta: Bagian Proyek sarana dan Prasarana Produk Halal.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 2001. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Didik Santoso. 2007. Pengaruh Pendekatan Pembelajaran dan Gaya belajar terhadap ketrampilan berbicara bahasa Inggris. *Disertasi*. PPs UNJ Jakarta.
- Hajar, Ibn. 1996. *Dasar-dasar Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan*. Jakarta: RajaGrafindo persada.
- Haq, Irfan Ul. *Economic Doctrines of Islam: A Study in the Doctrines of Islam and Their Implications for Poverty, Employment and Economic Growth*. Herndon, Virginia: The International Institute of Islamic Thought, 1416 H/1995. http://id.wikipedia.org/wiki/perilaku_konsumen.
- Khan, Muhammad Akram. 1994. *An Introduction to Islamic Economics*. Islamabad: IIIT Pakistan.
- M.B. Miles and A.M. Huberman. 1994. *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. Canada: Sage Publications, Thousand Oaks.
- Majalah Bulanan, *Ummi*, edisi spesial Maret 2007.
- Majelis Ulama Indonesia. 2008. *Panduan Umum Sistem Jaminan Halal LPPOM – MUI*. Jakarta: Bagian Proyek sarana dan Prasarana Produk Halal.
- Mannan, M.A. 1986. *Islamic Economics: Theory and Practice*. Cambridge: Holder and Stoughton.
- Mish, Frederick C. ed. 1993. *Merriam-Webster's Collegiate Dictionary*. Ontario: Thomas Allen & Son Limited.
- Munawwir, A.W. 1997. *Kamus'al-Munawwir*. Surabaya: Pustaka Progressif.
- Peraturan Pemerintah No. 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan
- Qardhawi, Yusuf. 2007. *Halal dan Haram* terj. Tim Kuadran dari Halal wal Haram fil Islam. Bandung: Jabal.
- Quraish Shihab. 2001. *Tafsir al-Misbah*. Jakarta: Lentera.
- Rahman, Afzalur. 1980. *Economic Doctrins of Islam*, vol.1. Lahore: Islamic Publications Ltd.
- Sarlito Wirawan. 1982. *Pengantar Umum Psikologi*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Sen, Amartya. 1982. *Choice, Welfare and Measurement*. Oxford: Oxford University Press.
- Siddiqi, M.N. 1972. *The Economics of Enterprise in Islam*. Lahore: Islamic Publications Ltd.
- Suharsimi Arikunto. 1996. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Undang-Undang No. 7 tahun 1996 Tentang Pangan
- Undang-undang No. 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
- Undang-undang No. 23 Tahun 1992 Tentang Kesehatan
- Wahbah Zuhaili. 1989. *Al-Fiqh al-Islam Wa Adillatuhu*. Beirut: Dar al-Fikr

